

Publicidad por Fax: Lo que Necesita Saber

Información de la FCC para el Consumidor

Antecedentes

En abril de 2006, la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) puso en práctica los cambios a las normas de publicidad por fax de la Ley de Protección al Consumidor de Servicios Telefónicos (TCPA, por sus siglas en inglés). Las nuevas normas: (1) codifican una exención a la prohibición de enviar publicidad no solicitada vía fax cuando existe una relación de negocios establecida (EBR, por sus siglas en inglés); (2) definen una EBR usada en el contexto de publicidad no solicitada vía fax; (3) piden que el remitente de la publicidad provea en el fax la notificación específica e información de la persona a contactar que le permita al destinatario su exclusión voluntaria para recibir faxes; y (4) especifican las circunstancias para que la solicitud de exclusión cumpla con la ley. Las nuevas normas entrarán en vigor el 1 de agosto de 2006.

Definiciones

La “publicidad no solicitada” se define como “cualquier material que anuncia la disponibilidad comercial o calidad de cualquier propiedad, bien o servicio, que es transmitido a cualquier persona sin su previo consentimiento o permiso por escrito o por cualquier otro medio.”

Una “relación de negocios establecida” (EBR) es aquella existente o que ya existía voluntaria y bilateralmente entre una persona o entidad y una empresa o abonado particular con o sin un intercambio de prestación (pago) con base a una encuesta, solicitud, compra o transacción por el abonado o negocio con relación a los productos o servicios que ofrece dicha persona o entidad, y cuya relación no se ha terminado con anterioridad por ambas partes.

Ley de Prevención de Fax Indeseable (“Junk”) de 2005

El 9 de julio de 2005 el Congreso promulgó la Ley de Prevención de Fax Indeseable para corregir las disposiciones sobre publicidad por fax de la TCPA y ordenó a la FCC la emisión de reglamentos para su aplicación.

Enmienda a las Normas de Publicidad por Fax y Exención para las Relaciones de Negocios Establecidas

Las normas establecen que es ilegal enviar publicidad no solicitada a cualquier máquina de fax, incluyendo las de negocios y residencias, sin un previo consentimiento o permiso expreso. Sin embargo, bajo esta enmienda, se puede enviar publicidad a destinatarios con los cuales hay una EBR siempre y cuando hayan proporcionado su número de fax voluntariamente. Específicamente, el remitente puede enviar publicidad por fax a un cliente con una EBR, si además:

- Obtiene el número de fax directamente del destinatario, por ejemplo, a través de una solicitud, formulario de información o renovación de una membresía; o
- Obtiene el número de fax del propio directorio del destinatario, publicidad o sitio de Internet, a menos que el destinatario no haya aceptado la publicidad no solicitada al número de fax en cuestión; o
- Para directorios y otras fuentes de información reunidas por terceras partes, el remitente debe tomar las medidas adecuadas para verificar que el destinatario ha autorizado que su número se incluya en sus listas. (Sigue)



Enmienda a las Normas de Publicidad por Fax y Exención para las Relaciones de Negocios Establecidas (cont.)

- Si la EBR existió antes del 9 de julio de 2005 y el remitente ya tenía el número de fax antes de dicha fecha, éste podrá enviar la publicidad por fax sin tener que demostrar cómo obtuvo el número.

La publicidad que se envía por fax con el permiso previo expreso del destinatario deberá incluir una notificación para la exclusión voluntaria como se describe abajo.

Requisitos para la Notificación de Exclusión Voluntaria

Las normas exigen que los remitentes de publicidad permisible por fax (enviada por una EBR o con la previa y expresa autorización del destinatario) proporcionen información específica del contacto o notificación que les permita pedir la exclusión voluntaria para no recibir faxes en el futuro. La notificación debe:

- Ser clara, específica y estar ubicada en la primera página de la publicidad;
- Establecer que el destinatario puede solicitar que no se le envíen más faxes y que si no cumple con esta solicitud en 30 días, viola la ley; e
- Incluir el número de teléfono, fax o mecanismo gratuito (incluyendo un número de teléfono sin costo, número local para los destinatarios locales, número de fax sin costo, dirección del sitio Web o de correo electrónico) para pedir la exclusión de su lista para el envío de faxes. Estos números y mecanismos sin costo deberán permitirle al consumidor hacer la solicitud de exclusión las 24 horas del día y 7 días de la semana.

Los remitentes que reciben una solicitud para que no sigan enviando faxes y la misma cumple con los requisitos indicados en la sección anterior deben reconocer dicha solicitud lo más pronto posible una vez que la reciben y sin

Requisitos para la Notificación de Exclusión Voluntaria (cont.)

exceder de 30 días. Tienen prohibido seguir enviando publicidad por fax a menos que el consumidor dé su previa y expresa autorización para ello.

Solicitudes de los Consumidores para Su Exclusión Voluntaria

Para detener la publicidad no deseada por fax, las solicitudes para la exclusión voluntaria deben:

- Identificar el número o números de fax que se relacionan con la solicitud; y
- Enviarse al número telefónico o de fax, dirección del sitio Web o de correo electrónico que se indica en la publicidad enviada.

El consumidor podrá dar su permiso expreso para recibir faxes de un remitente específico, por escrito o verbalmente.

Emisores de Fax

La persona o negocio en nombre de quién se envía un fax de publicidad de bienes o servicios es responsable si viola estas normas aún si físicamente no fueron ellos quienes enviaron el fax. El emisor del fax (la persona o compañía que transmite el mensaje vía fax a beneficio de otro) puede también ser responsable por violar las normas si está "muy implicado" en los mensajes de fax del remitente, como es el proporcionar los números de fax a los que se envía el mensaje; proporcionar información de números de fax; hacer representaciones sobre la legalidad de enviar faxes a esos números, o aconsejando a un cliente sobre cómo cumplir con las normas de publicidad por fax.

Si un emisor de fax está "muy implicado" en los mensajes de fax del remitente, el emisor debe proporcionar su nombre en el fax.

(Sigue)



Números de Fax y el Registro Nacional “No Llamar”

El Registro Nacional “No Llamar” se aplica únicamente a las promociones por teléfono, excluyendo las realizadas por fax. Sin embargo, las normas de la FCC sobre el envío de faxes prohíben la publicidad por fax a menos que el remitente tenga una EBR con usted o su permiso para hacerlo.

Cómo Puede Ayudarle la FCC

La FCC ha tomado muchas medidas para hacer cumplir las normas, incluyendo la emisión de citatorios y multas contra las compañías que han violado o se sospecha que han violado la prohibición del envío de faxes no solicitados de la TCPA. Si ha recibido un fax no solicitado o ha recibido un fax de alguien que no tiene relaciones de negocios con usted o que no tiene su previo y expreso consentimiento, puede presentar una queja a la FCC. Le recomendamos que nos proporcione documentos que respalden a su queja como copias del fax(es) que recibió. Puede presentar su queja llenando el formulario en línea de Quejas del Consumidor de la FCC en:

<http://svartifoss2.fcc.gov/cib/fcc475Spanish.cfm>, o llamando al Centro del Consumidor de la FCC al 1-888-CALL-FCC (1-888-225-5322) mensaje de voz o al 1-888-TELL-FCC (1-888-835-5322) mensaje de texto (TTY), o por correo:

Federal Communications Commission
Consumer & Governmental Affairs Bureau
Consumer Inquiries and Complaints Division
445 12th Street, SW
Washington, DC 20554.

Su queja deberá incluir:

- Su nombre, dirección y número de teléfono donde se le pueda localizar durante el día;
- Número telefónico a través del cual recibió la publicidad por fax;

Cómo Puede Ayudarle la FCC (cont.)

- La propiedad, bienes o servicios que fueron promocionados en el fax; el nombre del negocio que ofreció dichas propiedades, bienes o servicios en el fax y cualquier número telefónico o direcciones que se incluyeron en el fax;
- una copia del fax que emitió la publicidad, si es posible, o la confirmación de que ha conservado una copia del fax;
- la mayor información específica posible incluyendo si alguna vez le dio permiso al anunciante para enviar faxes o si alguna vez hizo negocio con éste o tuvo algún otro tipo de relación con él.

Aunque la FCC no resuelve quejas individuales de este tipo, y no puede dar compensación monetaria o por otros daños a los consumidores, estas quejas nos ayudan a investigar violaciones más extensas a la norma. Al igual que otras agencias del gobierno, la Comisión toma medidas para proteger al público en general. Su queja nos será más útil al momento de hacer cumplir las reglas si nos envía una copia de cada fax del cual desea quejarse y llena un formulario por cada uno de ellos. El proveer información incompleta o el no enviarnos una copia del fax mismo haría difícil para nosotros el considerar su queja para propósitos de cumplimiento de ley.

(Sigue)
→



Lugares Adicionales Donde Puede Acudir para Ayuda

También podrá presentar sus quejas relacionadas con la TCPA con las autoridades locales, incluyendo la oficina de protección al consumidor local o estatal o la oficina del fiscal general. La información para poder comunicarse con estas organizaciones la puede encontrar en las páginas azules de su directorio telefónico.

Es posible que desee entablar una demanda privada contra el infractor en un tribunal estatal de su estado. A través de una demanda, podrá recuperar la pérdida monetaria real que resultó de la violación o recibir \$500 en daños por cada violación, lo que represente más. El tribunal puede triplicar el valor de los daños por cada violación si considera que el demandado infringió la ley con conocimiento o intencionalmente.

###

Para ésta u otra publicación para el consumidor en formato accesible (texto electrónico ASCII, Braille, letra grande, o audio) escribanos o llame a la dirección o teléfono indicados abajo, o envíe un e-mail a FCC504@fcc.gov.

Haga clic en www.fcc.gov/cgb/contacts/ para recibir información sobre éste y otros temas de la FCC para el consumidor a través del servicio de suscripción electrónica de la Comisión.

Este documento tiene como único propósito el educar al consumidor y no afectará ningún procedimiento o caso sobre este asunto u otros relacionados.

07/28/06*-cpb

